



ВЕСТНИК

**НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
«ХПИ»**

1-2' 2008

Харьков

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”.
Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність
виробництва. – Харків: НТУ „ХПІ”. -2008. - № 1-2', 181 с.

У збірнику розглядаються питання розвитку та удосконалення економічних досліджень, рішення завдань оптимізації основних напрямків економічної діяльності за умов ринкових відносин, а також проблеми державного регулювання виробничо-підприємницьких процесів.

Для викладачів, наукових працівників, спеціалістів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей.

В сборнике рассматриваются вопросы развития и совершенствования экономических исследований, решения задач оптимизации основных направлений экономической деятельности в условиях рыночных отношений, а также проблем государственного регулирования производственно-предпринимательских процессов.

Для преподавателей, научных работников, специалистов, аспирантов и студентов экономических специальностей.

Рекомендоване до друку Вченою радою НТУ „ХПІ”

Протокол № 2 від 29.02.2008

© Національного технічного університету „ХПІ”

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуто теоретико-методологічну сутність комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Запропоновано декілька варіантів організаційного механізму комерціалізації технологій на машинобудівних підприємствах. Обґрунтовано найбільш раціональний підхід до організації процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на машинобудівних підприємствах.

Theoretical essence of commercialization of objects of intellectual property is considered. A few variants of organizational mechanism of commercialization of technologies are offered on machine-building enterprises. Grounded the most rational going is near organization of processes of commercialization of objects of intellectual property on machine-building enterprises.

Вступ. Національним пріоритетом розвитку України проголошено формування економіки інноваційного типу, тобто економіки, заснованої на досягненнях науки. Тим часом, фінансування науки в Україні останніми роками перетворилося на серйозну проблему. У ситуації скорочення державного фінансування з 2,4 % ВВП в 1991г. до 0,7 % ВВП в 2007г. потрібний пошук нових джерел фінансування дослідницьких робіт, альтернативних державному [6]. В цьому відношенні комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) може стати одним з механізмів залучення фінансування науково - дослідницьких і освітніх установ України при коректному використанні зарубіжного досвіду. Крім того, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності не вимагає значних первинних фінансових вкладень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності досліджені вітчизняними і зарубіжними ученими. До найбільш значущих праць в цій області можна віднести роботи наступних авторів: С. Глазьева, В.Данілов-Данільяна, В.Зінова, Л. Мінделі, А. Свінарєнко, А. Фурсенко, Н.Фонштейна, П.Цибульова. Серед зарубіжних учених слід особливо відзначити Х. Бремера, Р. Де Вола, М. Портеру, Р. Фостера.

Не дивлячись на наявність публікацій [1, 3, 5, 6] з цієї тематики, питання застосування комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності і цілісний підхід до цієї проблеми в науковій літературі освітлені недостатньо повно. Відсутність належного наукового осмислення процесу комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності і механізму його реалізації в промисловій сфері в сучасних умовах обумовлює необхідність здійснення теоретичних досліджень з даної проблеми.

Метою дослідження є розробка і обґрунтування методичних і організаційних основ комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на українських підприємствах з використанням вибраного зарубіжного досвіду, адаптованого до українських умов і практичних потреб науково-освітньої сфери.

Результати дослідження. Відсутність законодавчо закріпленого визначення терміну «комерціалізація» привела до того, що в літературі з'явилася безліч визначень, які не відображають суті самого процесу. У літературі також зустрічається близький по суті і значенню термін «трансфер технологій» (від французького - «transfert») [7]. Такий варіант менш поширений і не може вважатися помилковим, оскільки законодавчо не закріплена жодна з формулювань. Іншими авторами розглядається термін «комерціалізація технологій»Ю, який також має свій певний синонім - «технологічний трансфер», який представляється як один з видів комерціалізації разом з ліцензуванням, технологічним обміном і сумісними НДДКР. По-перше, це помилковий варіант перекладу з англійського терміну "technology transfer" (правильно - трансфер технологій). По-друге, в терміні «технологічний трансфер» є зсув смислового акценту, оскільки створюється враження того, що «трансфер» може бути різних видів, наприклад, медичний або біологічний, що порушує прийняту у всьому світі класифікацію трансферу (комерціалізації) технологій як комерційного і некомерційного. У третіх, «трансфер технологій» є родовим поняттям для таких видів комерційного трансферу технологій, як, наприклад, ліцензування.

Іншими авторами пропонується «ноу-хау» як об'єкт трансферу. Недоліком даного підходу є те, що поняття «ноу-хау» не використовується в українському законодавстві (в цьому випадку правильніше говорити про промислову власність) і значно звужує різноманіття результатів науково-дослідного процесу. Правильніше говорити про «промислову власність», «знання» і «досвід» як об'єкти комерціалізації, об'єднані загальним терміном «технологія» або «інтелектуальна власність».

В рамках даного дослідження пропонується розглядати комерціалізацію як *послідовність дій, в ході яких знання, досвід, промислова власність, отримана в результаті фундаментальних і прикладних досліджень на підприємствах, в університетах і науково-дослідних інститутах, вільно розповсюджуються, передаються за допомогою надання науково-технічних послуг або отримуються підприємствами для впровадження як продукт або процес.*

Ключове значення для вивчення механізмів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності має розуміння взаємозв'язку і розмежування відмінностей двох ключових понять інноваційного процесу - "комерціалізації" і "трансферу технологій". "Комерціалізація" як поняття може бути віднесена до характеристики умов передачі об'єктів трансферу, коли трансфер технологій здійснюється на відшкодувальній основі.

Пропонується розглянути три форми організації комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Перший варіант - це створення спеціалізованого підрозділу – центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Будучи структурним підрозділом, центр (відділ) контролюється підприємством (керівник відділу безпосередньо підкоряється керівництву підприємства, а по статусу він може бути заступником директора підприємства) і керується в своїй роботі внутрішніми інструкціями, правилами і загальною політикою підприємства, що є одним з переваг даного варіанту організаційної схеми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Крім того, весь дохід від діяльності центру (відділу) залишається на підприємстві. Затвердження такого підходу до організації комерціалізації також цікаво тим, що рівень первинних витрат на створення центру (відділу) не такий вже великий.

Разом з тим, цей варіант комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності має і певні недоліки. До них слід віднести відсутність у персоналу такого центру (відділу) необхідного досвіду і кваліфікації, а також недостатній рівень первинного фінансування для початку повноцінної роботи даного підрозділу. Крім того, досвід показує, що на ринку такі структури працюють менш ефективно (позначається не тільки недолік досвіду, але і відсутність необхідності боротися за виживання), в порівнянні з комерційними структурами, де необхідність виживання, а, отже, необхідність ефективнішої роботи на ринку, стоїть особливо гостро.

На розгляд пропонується також другий варіант комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, коли, використовуючи схему непрямої комерціалізації, ця діяльність може бути винесена за межі підприємства і

передана існуючій незалежній організації, що займається комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності. На ринку такі компанії вже присутні, але, як правило, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності не є основною діяльністю такої компанії. У такому варіанті, як правило, не досягається постійної і системної роботи з інтелектуальним потенціалом підприємства, а також не відбувається необхідних перетворень усередині підприємства.

Третій варіант організації комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності - створення такого підрозділу у вигляді незалежної організації, в якій підприємство є основним засновником. Поточне законодавство не дозволяє в повній мірі реалізувати дану форму.

Необхідно відзначити, що в одному окремо узятому підприємстві, як правило, відсутня "критична маса" об'єктів комерціалізації, тобто таких, що мають такий ринковий потенціал, доходи від комерціалізації яких забезпечили б самоокуповування даної структури. Але впровадження будь-якої з розглянутих форм організації комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності сприятиме ефективнішому використанню його наукового потенціалу.

На підставі вищевикладеного, можна прийти до наступного висновку, що створення спеціалізованого підрозділу – центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності - є найбільш оптимальною формою організації комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на українських підприємствах. Перевага даної форми також в тому, що вона припускає взаємодію з незалежними компаніями, що займаються комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності.

У сучасних умовах місією такого підрозділу в рамках української науково-дослідної установи слід рахувати забезпечення комерційного використання результатів науково-дослідної діяльності на користь суспільства і даного підприємства.

Важливою відмінною рисою центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності слід вважати здатність здійснювати ряд важливих для підприємства функцій:

- ✚ виявлення, збір і оцінка комерційного потенціалу результатів науково-дослідної діяльності підприємства та його філій;
- ✚ патентна експертиза розробок підприємства і захист інтелектуальної власності підприємства, включаючи зарубіжне патентування;
- ✚ експертиза науково-технічного рівня розробок;
- ✚ доведення об'єктів комерціалізації і супутньої документації до готовності

до комерціалізації;

- + виконання маркетингових заходів відносно промислової власності, науково-технічної продукції, дослідницьких, інжинірингових і інших послуг підприємства;
- + фінансова експертиза проектів, розробка фінансових умов для угод по комерціалізації і їх подальший супровід;
- + навчання, консультування і розповсюдження інформації в області комерціалізації і захисту інтелектуальної власності серед дослідників і адміністративного персоналу підприємства;
- + допомога в створенні співробітниками підприємства малих підприємств, що працюють на основі технологій даного підприємства, переданих за ліцензією;
- + введення бази даних по розробках і наукових напрямках підприємства;
- + взаємодія з державними і недержавними організаціями, що фінансують наукові дослідження;
- + розвиток ділового партнерства і проведення переговорів від імені підприємства з українськими і зарубіжними компаніями, що займаються комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності, науково-дослідними установами і університетами.

Організаційна структура, запропонована на рис.1, відноситься до новостворюваного центру (відділу).

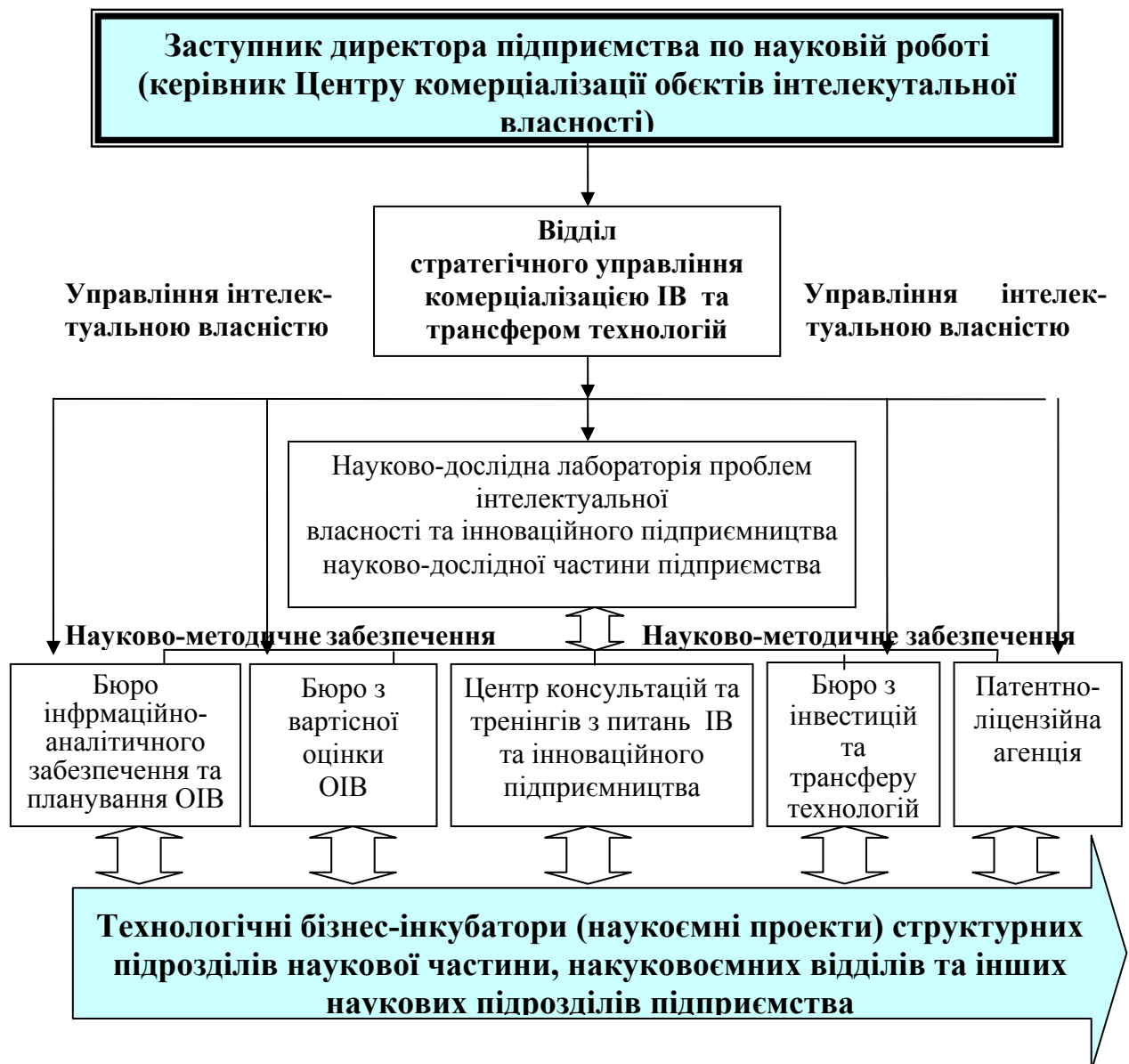


Рис. 1. Структура центру комерціалізації ОІВ та трансферу технологій

Виникає питання про те, як створення відділу (центру) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності відіб'ється на існуючих відділах підприємства, що виконують частину цих функцій. На наш погляд, патентний відділ, науково-інформаційний відділ, відділ перекладів (якщо такі були) повинні бути органічно включені в структуру створюваного центру і підпорядковані менеджерів по управлінню і захисту інтелектуальною власністю, а існуючий відділ маркетингу, відповідно, менеджерів з маркетингу. Менеджер по розвитку бізнесу та консультант по виробництву можуть залучатися до консультацій та узгоджень на тимчасовій основі.

Ефективність роботи цієї структури, особливо на початку роботи, залежатиме від рівня взаємодії з керівництвом і співробітниками підприємства.

У зв'язку з цим, необхідно вже на етапі створення центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності підводити керівництво підприємства до того, що воно повинне бути готове надати певні повноваження новій структурі.

Необхідний рівень повноважень центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в системі управління підприємства повинен бути наступним:

- участь керівника центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в ухваленні рішень по напрямках майбутніх досліджень і доцільності подальших витрат на вже профінансовані дослідження;
- повний доступ працівників центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності до всієї необхідної інформації по тематиках досліджень даного підприємства;
- управління патентною політикою підприємства;
- проведення переговорів по трансферу технологій від імені підприємства;
- управління всіма договорами, пов'язаними з трансфером технологій, включаючи відстежування повноти і своєчасності вироблюваних платежів;
- управління процесом розподілу доходів, отриманих в результаті здійснення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності .

Ефективність діяльності центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності визначається, перш за все, результатами, досягнутими відповідно до бізнес-плану роботи відділу. Проте, можна виділити декілька ключових критеріїв:

- ✚ отриманий дохід від комерціалізації (по видах доходів);
- ✚ розмір повернутого фінансування в дослідження і розробки за рахунок додаткових джерел;
- ✚ кількість створених нових компаній, заснованих на технологіях підприємства;
- ✚ кількість поданих заявок на патенти/кількість отриманих патентів.

Окрім вказаних критеріїв, ефективність роботи центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності можна додатково оцінити за допомогою наступних показників: об'єм наданих консультаційних послуг розробникам (у годинах або в кількості чоловік); кількість навчених співробітників/студентів/бажаючих по основах комерціалізації (вартісної

оцінки, захисту, охорони інтелектуальної власності і т.д.); кількість виявлених розробок; кількість підготовлених бізнес-планів і ін.

Якщо при створенні центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності була отримана допомога місцевої адміністрації, то в цілях звітності важливо було б додатково збирати наступну інформацію: кількість створених нових робочих місць; кількість ліцензій проданих місцевим компаніям; об'єм виконаних НДДКР для місцевих компаній; загальний розмір фінансування з державних джерел; кількість і розмір виграних грантів і профінансованих проектів з місцевого бюджету; суми, отримані по зарубіжних контрактах. Все це дозволяє оцінити не тільки ефективність роботи центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, але і, кінець кінцем, ефективність інвестицій в наукові дослідження і розробки.

В українських умовах формування такої політики повинне відбуватися з урахуванням досвіду зарубіжних країн, особливо досвіду США, де виробнича, освітня і наукова системи найбільш близькі до українських, і де є позитивні результати не тільки у вигляді зростання позабюджетних надходжень на науку, але і потоку технологічних інновацій.

В цілому, організація центру (відділу) комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на машинобудівних підприємствах дозволяє змінити відношення дослідників - співробітників підприємства до проблеми комерціалізації результатів наукової діяльності. Робота центру робить очевидними позитивні результати комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності як для підприємства в цілому, так і для конкретного дослідника.

Список літератури

1. Гончарова Н.П. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность / Н.П.Гончарова, П.Г.Перерва, А.И.Яковлев // - К.: Наукова думка, 1989.- 176с.
2. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения [Текст] : [монография] / П. Г. Перерва. - Х. : Основа, 1991. - 114 с. : табл., рис. - Библиогр.: с. 138-142.
3. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. - Ростов н / Д: Феникс, 2003. - 592 с. (Серия «Психология бизнеса»)
4. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / П.Г.Перерва / Учеб.пособие для машиностроительных специальностей инж.-техн.вузов. - Харьков : «Основа», 1993. - 288с.
5. Перерва П.Г. Проблемы совершенствования методологии определения потребности в электротехнической продукции / П.Г.Перерва, А.К.Плетников // Электротехн.пром-сть. Сер.27. Общеотраслевые вопр. электропромышленности.

Экономика. Организация. Управление. Планирование и производство. Обзор.информ. - М.: Информэлектро, 1989.- 52с.

6. Яковлев А.И. Организация и управление электротехнической промышленностью: Сб.задач, лаб.работ, деловых игр / А.И.Яковлев, Т.И.Задерихина, П.Г.Перерва // Учебное пособие для электротехн.специал.инж.-техн.вузов.- Харьков : Изд-во «Основа», 1990.- 141с.

7. Перерва П.Г. Маркетинг инновационного процесса / П.Г.Перерва, Н.П.Гочарова, А.И.Яковлев и др. // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с

8. Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие / П.Г.Перерва, А.И.Гребченко, Р.Ф.Смоловик.- Харьков : ХГПУ, 1999.- 242с. 25

9.Яковлев А.И. Экономика электротехнической промышленности / А.И.Яковлев, Т.И.Задерихина, П.Г.Перерва // Учебное пособие для электротехн.специал.инж.-техн.вузов.- Харьков : Выща шк. Изд-во при ХГУ, 1990.- 136с.

10. Перерва П. Г. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П. Г., проф. Гавриш О. М., проф. Погорелова М. І. – Харків : НТУ «ХП», 2004. – 640 с.

11. Погорелов И.Н. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов, Н.И.Погорелов, П.Г.Перерва, А.М.Колот, С.А.Мехович [Монография].- Харьков : Фактор, 2007.- 640с.

12. Перерва П. Г. Організація та управління інноваційною діяльністю: підручник / П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорелов. - Харків: НТУ "ХП", 2008. – 1025 с.

13. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорелова. – Харків : НТУ «ХП», 2008. – 1080 с

Наукове видання

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ “ХПІ”**

Збірник наукових праць

Тематичний випуск

“Технічний прогрес та ефективність виробництва”

**Випуск № 1-2
2008**

Науковий редактор д.е.н, проф. Перерва П.Г.

Технічний редактор Погорєлов С.М.

Відповідальний за випуск к.т.н. Обухова І.Б.

Формат 60x84 1/16. Папір RISO - друк.

Гарнітура Тймс. Ум.друк.арк. 18,1.

Облік.-вид.арк. 20,0 Тираж 300 прим. Ціна договірна

Видавничий центр НТУ «ХПІ»

Свідоцтво про держреєстрацію ДК №116 від 10.07.2000р.

«ХПІ», 61002, Харків, вул.. Фрунзе, 21